

ЗАКЛЮЧЕНИЕ ЭКСПЕРТНОЙ КОМИССИИ
диссертационного совета Д 212.232.17
при Санкт-Петербургском государственном университете
по диссертации Анны Алексеевны Бузиновой
«Визуальный PR-текст в управлении публичными коммуникациями»,
представленной на соискание ученой степени
кандидата филологических наук
по специальности 10.01.10 – журналистика

Экспертная комиссия в составе доктора филологических наук профессора кафедры речевой коммуникации Высшей школы журналистики и массовых коммуникаций СПбГУ В. И. Конькова, доктора филологических наук профессора кафедры истории журналистики Высшей школы журналистики и массовых коммуникаций СПбГУ Г. В. Жиркова, доктора филологических наук профессора кафедры русского языка как иностранного и методики его преподавания филологического факультета СПбГУ К. А. Роговой, ознакомившись с представленной диссертацией, пришла к следующим выводам.

Анна Алексеевна Бузинова в своей работе «Визуальный PR-текст в управлении публичными коммуникациями», представленной на соискание ученой степени кандидата филологических наук по специальности 10.01.10 – журналистика, подвергла исследованию визуальный облик современного PR-текста и его функциональные особенности в сфере управления публичными коммуникациями. Визуальный PR-текст определяется как PR-текст, содержащий информацию, визуализированную с помощью средств и инструментов графического дизайна. Текст представляет собой мультимедийное сообщение и носит интерактивный характер.

А. А. Бузинова проанализировала роль визуальной коммуникации в современной практике PR; описала эволюцию PR-текста и дала определение понятия «визуальный PR-текст»; определила средства и инструменты создания современного визуального PR-текста; произвела классификацию современных визуальных PR-текстов и выявила функциональные возможности каждого класса текстов; предложила инвариантную модель современного визуального PR-текста; разработала модель процесса проектирования визуального PR-текста для эффективного управления публичными коммуникациями.

Работа выполнена на значительном по объёму материале. Эмпирическую базу исследования представляют 350 современных PR-текстов, опубликованных в период с 2009 по 2014 гг., а также материалы

опроса PR-специалистов по вопросу использования визуального контента в PR-текстах.

В процессе исследования автором было установлено следующее.

Активное внедрение новых медиатехнологий создаёт условия для эволюции традиционного вербального PR-текста в новый – мультимедийный и интерактивный визуальный.

В современных публичных коммуникациях представлены многочисленные визуальные объекты, выразительные возможности которых выражаются в графическом дизайне.

Существует четыре класса PR-текстов, которые выделяются на основе количества и качества визуального контента: типографические, комбинаторные, интегративные и альтернативные. Последние три составляют основу корпуса современных визуальных PR-текстов.

Эффективное управление публичными коммуникациями нуждается в разработке визуального PR-текста на основе принципов интенсивности, уникальности, динамики, повторяемости, контрастности.

На перечисленных принципах строится структура макета эффективного визуального PR-текста, ее проектирование осуществляется с помощью трех инструментов (цвета, шрифта, композиции) и трех основных визуальных средств (графики, фотографии, типографики).

Процесс создания визуального PR-текста включает в себя оценку актуальности типа визуального контента, создание макета визуального PR-текста, функциональный анализ визуального контента на заключительном этапе работы.

Цель и характер публичной коммуникации являются определяющими факторами при выборе того или иного типа визуального контента для PR-текста.

Экспертная комиссия, таким образом, имеет все основания утверждать, что А. А. Бузинова предложила решение важной задачи, имеющей существенное значение для журналистики – принципы и методы формирования современного PR-текста в сфере управления публичными коммуникациями. Тема исследования, характер поставленных и решенных задач, объект и предмет исследования, его содержательное наполнение соответствуют научной специальности 10.01.10 – журналистика (филологические науки) и профилю диссертационного совета.

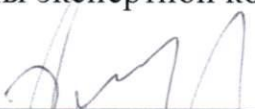
Материалы диссертационного исследования практически полностью изложены автором в опубликованных им работах. Основные результаты диссертационного исследования нашли отражение в девяти научных публикациях, три – в рецензируемых научных журналах, рекомендованных

ВАК. Часть исследования легла в основу монографии «Графический дизайн в фэшн-брендинге» (2012. Изд-во «LAP Lambert Academic Publishing»). Основные результаты исследования апробировались также на четырех научно-практических конференциях.


Требования, установленные пунктом 14 Положения о присуждении ученых степеней, А. А. Бузиновой соблюдены: автор во всех необходимых случаях ссылается на авторов и источники заимствования материалов или отдельных результатов.

Экспертная комиссия рекомендует диссертационному совету: принять диссертацию Анны Алексеевны Бузиновой «Визуальный PR-текст в управлении публичными коммуникациями» к защите на соискание ученой степени кандидата филологических наук по специальности 10.01.10 – журналистика.

Члены экспертной комиссии:


_____ доктор филологических наук Г. В. Жирков


_____ доктор филологических наук В. И. Коньков


_____ доктор филологических наук К. А. Рогова

20 января 2015 года